

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ais, R., (2020). *Komunikasi Efektif di Masa Pandemi Covid-19: Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Era 4.0 (KKN-DR)*. Makmood Publishing.
<https://books.google.co.id/books?id=nIQAEAAAQBAJ>
- Budi, R. (2017). *Pengantar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makasar: Kretakupa
- Dra. RR. Ponco Dewi Karyaningsih, M. M. (2018). *Ilmu komunikasi*. Bndung: Samudra Biru
- El-Yana, K. (2021). *Dijajah Korea Selatan*. Indigo Media.
<https://books.google.co.id/books?id=9AAIEAAAQBAJ>
- Hardani, H., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Heryanto, A. (2012). *Budaya Populer di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga
- Kaputa, C. (2011). *You Are a Brand!* GagasMedia.
<https://books.google.co.id/books?id=RKizEnm7pEYC>
- Mubarok, & Andjani. M. D., (2014). *Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk*. Jakarta Timur: Dapur buku.
- Prof. Dr. Alo Liliweri, M. S. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
<https://books.google.co.id/books?id=QvSIDwAAQBAJ>
- Puspasari, A. (n.d.). *Mengukur Konsep Diri Anak*. Elex Media Komputindo.
<https://books.google.co.id/books?id=1C2DQNjWg50C>
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=Sh7zDwAAQBAJ>
- Sultra Rustan, A. dan N. H. (2017). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tamimy, M. F., Sutinah, L., & Pustaka, V. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. VisiMedia.
<https://books.google.co.id/books?id=6Z0sDwAAQBAJ>
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pedekatan Kritis dan Komprehensif*. Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=_XUCEAAAQBAJ

JURNAL

- Anwar, D. C. R. (2018). Mahasiswa dan K-POP. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).

10.33005/jkom.v1i1.12

- Ara, L., & Indrayani, H. (2019). Pembentukan Identitas Diri Pada Komunitas Light Galaxy Di Semarang. *Jurnal Audience*, 2(2), 176–189. <https://doi.org/10.33633/ja.v2i2.2712>
- Batoran, S., & Puspitadewi, W. S., (2018). Perbedaan Konsep Diri Pada Mahasiswa Berdasarkan Status Partisipasi Dalam Unit Kegiatan Mahasiswa (Ukm) Univeristas Negeri Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi.*, 5(2).
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107.
- Chang, W., & Park, S., *THE FANDOM OF HALLYU , The Case of ARMY of BTS*. 32(2019), 260–287.
- Cindrakasih, R. R. (2021). Dinamika Globalisasi Budaya Korea Selatan di Indonesia dan Pola Konsumsi Remaja “Korea Selatann Wave” di Media Sosial Instagram. *Jurnal Public Relations-JPR*, 2(1), 17–28.
- Erna Febriani, S.Si, M. S. (2020). *Definisi mengenai Kepribadian dan Konsep Diri*. 0–18.
- Esty Setyarsih. (2016). Hubungan antara Fanatisme Penggemar Boyband Korea Selatan (Super Junior) dengan Solidaritas Sosial di Komunitas E.L.F Surakarta. *Jurnal Analisis Sosiologi*, 5 No. 2.
- Hasby, F. (2019). *FANBASE BOYBAND KOREA SELATAN : IDENTIFIKASI AKTIVITAS PENGGEMAR FANBASE BOYBAND KOREA SELATAN : IDENTIFIKASI AKTIVITAS PENGGEMAR INDONESIA*.
- Simbar. F. K., (2016). *FENOMENA KONSUMSI BUDAYA KOREA SELATAN PADA ANAK MUDA DI KOTA MANADO FRULYNDESE K . Jurnal Horlistik*. 18.
- Irawan, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa. *Scholaria : Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24246/j.scholaria.2017.v7.i1.p39-48>
- Jin, D. Y., & Yoon, T. J., (2017). The Korea Selatann Wave : Retrospect and Prospect Introduction. *11*, 2241–2249.
- Khotimah, N. (2021). Budaya Populer Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 43–56.
- Rundengan. N., (2013). *POLA KOMUNIKASI ANTARPRIBADI MAHASISWA PAPUA DI LINGKUNGAN DI LINGKUNGAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*. 2(1), 14–27.
- Mihardja, J., & Paramita, S. (2019). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS), 2(2), 393. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>
- Nurinda, D. (2018). Pola Komunikasi Kelompok Fansite Exonesia Dalam Membangun Eksistensi Dalam Lingkup Penggemar K-Pop. *Jurnal Visi Komunikasi*, 17(1), 12–22.
- Putri. S. C. M & Savira. S. I., (2021). GAMBARAN CITRA DIRI FANBOY KPOP (SEBUAH STUDI KASUS PADA PENGGEMAR LAKI LAKI MUSIK KOREA SELATAN

DALAM KOMUNITAS FANDOM) *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8.

- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korea Selatan Wave di Indonesia. *Jurnal ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Rachmawati, I. N. (2011). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Rinawati, R., & Fardiah, D. (2016). Efektifitas Komunikasi Antarpribadi Dalam Mencegah Tindak Kekerasan Terhadap Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19(1), 29–40. <https://doi.org/10.20422/jpk.v19i1.49>
- Sandhaningrum, D. F., Wiyanti, S., & Lilik, S. (2010). Hubungan antara Konsep Diri dan Dukungan Sosial dengan Penyesuaian Sosial pada Penyandang Cacat Tubuh DI Balai Besar Rehabilitasi Sosial Bina Daksa Prof. DR. Soeharso Surakarta. *Jurnal Wacana*, 2(1), 20–33.
- Subakti. (2014). Universitas kristen Petra. *Perancangan Interior Pusat Mitigasi Di Jogja*, 27(1989), 6–23.
- Surya, T. (2016). Komunikasi Kelompok Komunitas Enlightened Ingress Surabaya dalam Program Fun Ingress. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–10. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4824/4433>
- Tika, R. Y. (2020). Kepribadian Dan Komunikasi Ria Miranda Sebagai Fashionpreneur Dalam Membentuk Personal Branding. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 227–237. <https://doi.org/10.32509/v19i2.1101>
- Triana, Y. (2017). *BATU AKIK SEBAGAI BUDAYA POPULER*. 150, 1–8. <https://doi.org/10.25157/ja.v4i1.311>
- Tumakaka, N. P., Dida, S., & Prastowo, F. A. A. (2019). Personal Branding Rachel Goddard Sebagai Beauty Travel Dan Parody Vlogger. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 76. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2134>
- Widiarti, P. W. (2017). Konsep Diri (Self Concept) Dan Komunikasi Interpersonal Dalam Pendampingan Pada Siswa Smp Se Kota Yogyakarta. *Informasi*, 47(1), 135. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i1.15035>
- Zain, N. A., Fadlilah, U., & Pralaska, F. S. (2011). “Johari Windows Games” Sebagai Sarana untuk Menghargai Diri Siswa SMP. *Prosiding Konferensi Pendidikan Nasional “Penguatan Karakter Bangsa Melalui Inovasi Pendidikan Di Era Digital,”*, 204–211.

SKRIPSI

- Andina, A. N. (2013). “Minat Terhadap Musik Korea Selatan di Kalangan Remaja di Yogyakarta (Studi pada Penggemar K-pop di Daerah Sleman)”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Astuti, R. D. (2014). "IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSEP DIRI SISWA SEKOLAH DASAR NEGERI MENDUNGAN I YOGYAKARTA." Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Harahap, F. A. (2019). "STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF KONSEP DIRI ANGGOTA

KOMUNITAS K- POP CHIJEULINE MEDAN". Skripsi. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.

Prawoto, Y. B. (2011). "*HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN KECEMASAN SOSIAL PADA REMAJA KELAS XI SMA KRISTEN 2 SURAKARTA*". Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret

INTERNET

Putri, V. K. M. (2021). Personal Branding: Definisi, Tujuan, dan Strateginya. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/153000369/personal-branding-definisi-tujuan-dan-strateginya>. Diakses pada 20 Januari 2022